



TYSTIOLAETH LLYWODRAETH CYMRU I'R -

PWYLLGOR MENTER A BUSNES: YMCHWILIAD I DWRISTIAETH

1. Strategaeth Twristiaeth - *Partneriaeth ar gyfer Twf 2013-2020*

1.1 Mae twristiaeth yn gwneud cyfraniad hanfodol i les economaidd a chymdeithasol Cymru. Yn 2012 roedd y sector yn cyflogi 117,400 neu 9.3% o'r gweithlu yn uniongyrchol. Gan ddefnyddio'r fethodoleg a ddatblygwyd gan astudiaeth Deloitte yn 2013 i gwmpasu swyddi a gefnogir yn uniongyrchol ac yn anuniongyrchol gan yr economi twristiaeth yng Nghymru, mae cyfanswm y swyddi yn cyrraedd 206,000 neu 14.9% o gyfanswm cyflogaeth Cymru. Fel rhan o ymrwymiad Llywodraeth Cymru i gefnogi a datblygu'r sector twristiaeth, cafodd y Bwrdd Cynghori Twristiaeth y dasg o ddatblygu cynigion ar gyfer Strategaeth Twristiaeth newydd i Gymru. Lansiodd y strategaeth twristiaeth *Partneriaeth ar gyfer Twf 2013-2020* ym mis Mehefin y llynedd gan roi gweledigaeth gyffredinol o gynnydd o 10% mewn twristiaeth erbyn 2020.

1.2 Mae hwn yn darged heriol oherwydd byddai twf gwirioneddol o 10% (ar ôl chwyddiant) yn cyfateb i dwf o tua 28% yn y cyfanswm a gaiff ei wario gan ymwelwyr erbyn 2020 (yn cynnwys chwyddiant o 2% bob blwyddyn). Fodd bynnag, yn ystod blwyddyn gyntaf y strategaeth, gwelwyd cyfradd twf sy'n uwch na'r hyn oedd yn ofynnol i gyflawni ein huchelgais, gyda chynnydd yn nifer a gwerth yr ymweliadau yn cefnogi miloedd o swyddi ychwanegol.

2. Mesur Cynnydd

2.1 Mae Llywodraeth Cymru wedi nodi nifer o Ddangosyddion Strategol i fonitro'r broses o ddatblygu'r strategaeth yn erbyn amrywiaeth o ganlyniadau allweddol yn cynnwys nifer ymwelwyr ac enillion, cyfran o'r farchnad, bodddhad ymwelwyr a chyflogaeth ym maes twristiaeth.

2.2 Caiff y rhain eu cefnogi gan gyfres ar wahân o Ddangosyddion Perfformiad Allweddol sy'n mesur cyfraniad Llywodraeth Cymru drwy ei gweithgareddau at ganlyniadau strategol yn cynnwys dau ddangosydd canlynol y Rhaglen Lywodraethu:

Y Rhaglen Lywodraethu - "Gwariant ychwanegol yng Nghymru a grëir gan Ymgyrchoedd Marchnata Twristiaeth."

Cynyddodd y gwariant a grëwyd yn sgil gweithgarwch ac ymgyrchoedd marchnata twristiaeth yn 2013 i £180m, wedi'i ysgogi'n bennaf gan gynnydd yn nifer yr ymholwyr a gysylltodd â Llywodraeth Cymru; yn cynnwys cynnydd o 56% yn nifer yr ymweliadau â'r wefan newydd a lansiodd ym mis Mehefin 2013 (ffigurau o flwyddyn i flwyddyn ar gyfer y 12 mis blaenorol ac ar ôl lansio'r wefan newydd) a chyfraddau cryf o ran trosi'r ymholiadau hyn yn ymweliadau â Chymru.

Y Rhaglen Lywodraethu - "Cyfran o boblogaeth y DU sy'n ymwybodol o weithgarwch marchnata Croeso Cymru"

Roedd y gyfran o boblogaeth y DU sy'n ymwybodol o weithgarwch marchnata Llywodraeth Cymru yn 26% ar gyfartaledd yn 2013. Mae hyn yn unol â'r cyfartaledd yn 2012; ond mae Cymru wedi atgyfnerthu'r ymwybyddiaeth o'i gweithgarwch marchnata yn ei marchnad allweddol yn y DU ers 2009.

2.3 Yn gryno, ers lansio'r strategaeth twristiaeth mae Llywodraeth Cymru wedi:

- Ailasesu ei gweithgarwch a'i hymgyrchoedd marchnata ac wedi lansio gwefan newydd visitwales.com, sy'n gweld nifer uwch nag erioed o ymweliadau.
- Ail-lansio ei gwaith yn y diwydiant teithio a newid pwyslais ei rhaglen cysylltiadau cyhoeddus drwy ganolbwyntio ar farchnadoedd allweddol, a llwyddo i gael sylw proffil uchel ar y teledu a'r radio, mewn print ac ar-lein.
- Cysoni ei rhaglen grant cyfalaf i gefnogi'r gwaith o ddatblygu cynnyrch newydd a chyffrous a gwella ansawdd ac amrywiaeth cyffredinol ein harlwy i dwristiaid.
- Adolygu ei buddsoddiad mewn prif ddigwyddiadau er mwyn cyflawni effaith economaidd sylweddol a chodi proffil ac enw da Cymru yn fyd-eang.
- Adolygu ei strwythurau ymgysylltu llywodraethol a rhanbarthol.

2.4 Yn 2013 gwelwyd cynnydd yn nifer yr ymweliadau a'r gwariant gan ymwelwyr sy'n aros yng Nghymru o farchnadoedd ym Mhrydain Fawr a ledled y byd. Gwelwyd cynnydd o 3.4% yn nifer cyffredinol yr ymweliadau â Chymru gan drigolion Prydain Fawr a gwelwyd cynnydd o 6.8% yn y gwariant gan yr ymwelwyr hyn; gwelwyd cynnydd o 3% yn nifer y teithiau gwyliau i Gymru gan drigolion Prydain Fawr a chynnydd o 11.5% yn y gwariant.

2.5 Gwelwyd cynnydd o 3.5% yn nifer y teithiau i Gymru gan ymwelwyr rhyngwladol yn 2013, a chynnydd o 2% yn y gwariant yn ystod yr ymweliadau hyn. Gwelwyd cynnydd o 14% yn nifer y teithiau gan ymwelwyr rhyngwladol a chynnydd o 27% yn y gwariant cysylltiedig yn ystod 2012.

2.6 Mae'r canlyniadau cynnar ar gyfer hanner cyntaf 2014 yn dangos twf parhaus. Mae'r canlyniadau dros dro o Arolwg Twristiaeth Prydain Fawr ar gyfer pum mis cyntaf 2014 yn dangos cynnydd o 14.6% yng nghyfanswm y teithiau i Gymru (3.47 miliwn) o gymharu â phum mis cyntaf 2013, tra gwelodd Prydain Fawr ostyngiad o 2.9%. Gwelwyd cynnydd o 9.9% yn y gwariant cysylltiedig yng Nghymru (£564 miliwn) tra gwelwyd gostyngiad o 2.9% yn y gwariant ym Mhrydain.

2.7 Gwelwyd cynnydd o 19.7% yn nifer yr ymweliadau gwyliau/hamdden ar gyfer Cymru (i 2.07 miliwn) o gymharu â phum mis cyntaf 2013, tra gwelodd Prydain Fawr gynnydd o 2.6%. Gwelwyd cynnydd o 11.1% yn y gwariant ar deithiau gwyliau/hamdden i Gymru, tra gwelodd Prydain Fawr gynnydd cyffredinol o 6.4%.

2.8 Mae canlyniadau Arolwg Ymweliadau Dydd Prydain Fawr ar gyfer chwe mis cyntaf 2014 yn dangos i tua 48 miliwn o ymweliadau dydd gael eu gwneud â chyrchfannau yng Nghymru, cynnydd o tua 19% o gymharu â'r cyfnod cyfatebol yn 2013 (40 miliwn o deithiau). Gwelwyd cynnydd o 3% yn y gwariant cysylltiedig. Mae'r ffigurau hyn hefyd yn cymharu'n ffafriol â'r ffigurau ar gyfer Prydain Fawr yn gyffredinol, lle gwelwyd gostyngiad o 1% yn nifer y teithiau a gostyngiad o 5% yn y gwariant.

2.9 Cadarnhaodd Arolwg Busnes Twristiaeth Croeso Cymru ar ôl Gwyliau'r Banc ym mis Awst 2014 fod y tymor prysur wedi bod yn gadarnhaol, gyda thua 82% o fusnesau twristiaeth yng Nghymru yn cael nifer debyg neu fwy o westeion o gymharu â mis Awst 2013, a oedd yn fis ardderchog ynddo'i hun. Dangosodd yr arolwg fod 45% o'r holl fusnesau wedi cael mwy o westeion/ymwelwyr ym mis Awst 2014 o gymharu â mis Awst 2013, tra bod tua 37% o fusnesau wedi gweld lefel busnes debyg. Gwelwyd y patrwm cyffredinol hwn ym mhob rhanbarth a sector. Roedd y rhan fwyaf o fusnesau (76%) yn hyderus ynghylch tymor yr Hydref sydd ar droed gyda 24% yn hyderus iawn a 52% yn gymharol hyderus.

2.10 Yn y flwyddyn ariannol 2013-14 crëwyd y swyddi a'r buddsoddiad canlynol ar draws pob elfen o weithgarwch twristiaeth - yn cynnwys prosiectau cyfalaf, datblygu mordeithiau a phrif ddigwyddiadau.

- Cafodd 256 o swyddi eu creu.
- Cafodd 101 o swyddi eu diogelu.
- Cafodd 5,543 o swyddi anuniongyrchol eu cefnogi.
- Cafodd £251m o fuddsoddiad ei ddenu.

2.11 Ceir y wybodaeth fanwl ddiweddaraf (a throsolwg) ar y cynnydd a wnaed yn ystod y flwyddyn gyntaf yn erbyn y strategaeth twristiaeth a'i chynllun gweithredu fframwaith cysylltiedig ar wefan Llywodraeth Cymru

<http://wales.gov.uk/topics/tourism/abouttourism/stratdevreports/?skip=1&lang=cy>

3. Brand Twristiaeth Cymru

3.1 Dros y 18 mis diwethaf, mae Llywodraeth Cymru wedi buddsoddi mewn gwaith i ddatblygu strategaeth brand a naratif marchnata ar gyfer Cymru, gan groesawu twristiaeth yn ogystal â buddsoddiad o dramor. Cyfrannodd cyfarfodydd rhanddeiliaid a chyflwyniadau at y broses hon ac mae'r gwaith eisoes wedi arwain at ymgyrchoedd cyfathrebu brand proffil uchel ar gyfer Cymru yn cynnwys yr ymgyrch twristiaeth *Does unman tebyg i Gymru*.

gweithgarwch marchnata newydd ym Maes Awyr Caerdydd; a *Just Ask Wales*- ymgyrch fawr gyntaf Cymru ers sawl blwyddyn i ddenu buddsoddiad uniongyrchol o dramor.

3.2 Mae ein holl weithgarwch marchnata yn adeiladu ar yr egwyddorion allweddol a sefydlwyd:

- Gosod ein cynnyrch a'n cyrchfannau o ansawdd uchel yn y blaen ac yn y canol, gan helpu i sicrhau bod ein gweithgarwch marchnata yn gredadwy ac yn nodedig (mae hyn yn gwyro oddi wrth y dull mwy cyffredinol a ddefnyddiwyd yn y gorffennol, a dull rhai o'n cystadleuwyr);
- Datblygu brand sy'n gyson weladwy drwy ddeunydd hyrwyddo parhaus, wedi'i dargedu ac sydd hefyd yn gredadwy iawn, drwy ddangos ein cyflawniadau a'r hyn a ddarparwyd gennym mewn meysydd o gryfder craidd;
- Herio hen ddelweddau o Gymru a phryderon sy'n atal darpar ymwelwyr rhag dewis Cymru fel cyrchfan wyliau: tywydd, cynhesrwydd y croeso, rhwyddineb y teithio a phrofiad;
- Dangos bod Cymru yn wahanol i'w chystadleuwyr mewn ffyrdd sy'n berthnasol i farchnadoedd targed amrywiol ag ymgyrchoedd brand nodedig;
- Canolbwyntio ar gynnig craidd sy'n hyrwyddo Cymru fel lle cyffrous i ymweld ag ef, lle mae rhywbeth newydd i'w ddarganfod, i'w weld ac i'w wneud bob amser.

3.3 Mae'r strategaeth bresennol yn canolbwyntio ar frand cyffredinol Cymru. Mae ein strategaeth gyflawni fanwl ar gyfer marchnata twristiaeth yng Nghymru yn cael ei datblygu ymhellach ar hyn o bryd. Y nod yw ailgysoni ein hadnoddau yn seiliedig ar ffyrdd newydd a mwy integredig o weithio.

4. Marchnata

4.1 Crëwyd £180 miliwn o wariant ychwanegol yn 2013 gan ymwelwyr y dylanwadwyd yn uniongyrchol arnynt i ddod i Gymru oherwydd elfennau ein gweithgarwch marchnata.

4.2 Marchnad ddomestig Prydain Fawr yw prif farchnad Cymru o hyd. Daw'r rhan fwyaf o'r bobl sy'n dod ar wyliau ac ar deithiau eraill i Gymru o Gymru ei hun ac o ranbarthau cyfagos gogledd-orllewin Lloegr a gorllewin canolbarth Lloegr, sy'n cyfrif am fwy na hanner y gwariant domestig a'r teithiau i Gymru.

4.3 Ar Ddydd Gŵyl Dewi 2014, lansiwyd yr ymgyrch aml-gyfrwng newydd gwerth £4 miliwn "Does Unman Tebyg i Gymru", oedd yn cynnwys deunydd ar gyfer y teledu, y radio, print, hysbysebion/posteri awyr agored, cyfryngau digidol a chymdeithasol, gan dargedu'r DU a Gweriniaeth Iwerddon. Ariannwyd yr ymgyrch yn rhannol gan Gronfa Datblygu Rhanbarthol Ewrop o dan ambarél y Rhaglen Amgylchedd ar gyfer Twf, ac fe'i darparwyd mewn partneriaeth â Cadw, Cyfoeth Naturiol Cymru a Pharc Rhanbarthol y Cymoedd.

4.4 Lluniwyd yr ymgyrch gan un o brif asiantaethau creadigol Cymru, ac mae'r sector creadigol yng Nghymru wedi chwarae rôl ganolog yn y broses o'i datblygu. Cyfarwyddwyd y prif hysbyseb ar y teledu gan Marc Evans, cyfarwyddwr ffilm a theledu llwyddiannus o Gymru, ac mae'n cynnwys cân Gymraeg draddodiadol a genir gan Cerys Matthews.

4.5 Datblygwyd yr ymgyrch i dargedu ein cynulleidfaoedd craidd yng nghanolbarth Lloegr a gogledd-orllewin Lloegr, yn ogystal â marchnadoedd newydd posibl ar gyfer Cymru yn neddwyrain Lloegr a Llundain. Fe'i defnyddiwyd yng Ngweriniaeth Iwerddon ac fe'i dangoswyd ar y teledu yng Nghymru hefyd. Nod yr ymgyrch oedd annog marchnadoedd targed Cymru i ail-werthuso eu canfyddiad o Gymru drwy ddangos cynnyrch penodol a phrofiadau o gyrchfannau yn unol â ffocws y strategaeth ar ddatblygu dull o farchnata a arweinir gan gynnyrch ar gyfer Cymru.

4.6 Parhaodd gweithgarwch marchnata i dargedu defnyddwyr o'r DU dros fisoedd yr haf gyda gweithgarwch ar y cyd â'r Telegraph i dynnu sylw at Ganmlwyddiant Dylan Thomas; a'r Guardian i hyrwyddo Llwybr Arfordir Cymru.

4.7 Bydd gweithgarwch marchnata Croeso Cymru ar gyfer yr Hydref yn y DU ac Iwerddon yn dechrau ym mis Medi 2014, a bydd yn dangos yr hyn sydd gan Gymru i'w gynnig o ran bwyd, yng nghyd-destun gwyliau o safon yn yr hydref. Bydd yr ymgyrch yn cynnwys cyswllt marchnata uniongyrchol gyda thros 800,000 o ymatebwyr o ymgyrchoedd blaenorol, datblygu hysbysebion a chynnwys ar-lein, a gweithgarwch ar y cyd ag Aer Lingus Regional i hyrwyddo'r cysylltiad rhwng Dulyn a Chaerdydd.

4.8 Mae gwaith cynllunio hefyd yn mynd rhagddo ar gyfer gweithgarwch ymgyrch gwanwyn 2015 yn y DU, Iwerddon a'r Almaen. Bydd Croeso Cymru yn hyrwyddo Cymru fel cyrchfan twristiaeth ar sgriniau teledu yn y DU eto yn ystod gwanwyn 2015.

Marchnata Digidol

4.9 Yn ogystal â'r ymgyrchoedd aml-sianel a dargedir, mae gan ymgyrchoedd marchnata digidol gwmpas byd-eang. Mae hyn yn cynnwys prif wefan fyd-eang www.visitwales.com ynghyd â gwefannau marchnata penodol ar gyfer yr Almaen, Gogledd America, Ffrainc, yr Iseldiroedd a Sbaen.

4.10 Yn 2013, mae ein harolwg gwerthuso o'r bobl o'r DU sy'n ymweld â visitwales.com yn dangos bod 68% ohonynt wedi ymweld â Chymru neu'n bwriadu gwneud hynny. Yn sicr, dylanwadodd y wefan ar tua 550,000 o ymwelwyr a chyfrannodd ymgyrchoedd marchnata Llywodraeth Cymru £140 miliwn mewn gwariant ychwanegol gan ymwelwyr (o'r cyfanswm o £163 miliwn ychwanegol o wariant y dylanwadwyd arno gan farchnad y DU/Iwerddon).

4.11 Dathlwyd blwyddyn ers sefydlu'r wefan newydd - visitwales.com ym mis Mehefin eleni. O'i chymharu â'n hen safle (yn cynnwys visitwales.co.uk) ar gyfer y 12 mis cyn lansio'r safle newydd;

- Gwelwn gynnydd o tua 45% o ran defnyddwyr unigryw (o 1,825K i 2,686K)

- Gwelwn gynnydd o tua 56% o ran ymweliadau / sesiynau unigol (o 2,245K i 3,496K)

Cawsom dros 14 miliwn o ymweliadau â thudalennau o gynnwys ar visitwales.com dros y 12 mis diwethaf (wedi cynyddu o ychydig dros 9 miliwn).

4.12 Yn ogystal â phrif wefan visitwales.com, rydym hefyd yn cynnal gweithgarwch cyfryngau cymdeithasol - ac mae gennym fwy na 450,000 o ddilynwyr ar Facebook a Twitter, ac rydym hefyd yn gweithredu ar lwyfannau eraill. Rydym yn arloesi fwyfwy drwy weithgarwch marchnata gyda hysbysebion a chynnwys digidol - mae ein gweithgarwch diweddar yn cynnwys ymgyrch fechan o ffilmiau drôn arfordirol, a gynhyrchwyd gan ddefnyddiwr Instagram blaenllaw o Gymru ac ymgyrch hyrwyddo ar Spotify.

4.13 Mae gwaith yn mynd rhagddo ar wefan newydd Almaeneg i gefnogi rhaglenni marchnata yn y farchnad hon yn 2014. Ceir cynlluniau hefyd i ddatblygu ymhellach gynnwys ar gyfer y farchnad yn yr UD ac i ddiwygio 'safleoedd taflenni gwybodaeth' eraill Cymru ar gyfer ein marchnadoedd sefydledig yn Ewrop er mwyn cynnal presenoldeb digidol yn y marchnadoedd hyn.

4.14 Caiff pob llwyfan digidol ar gyfer twristiaeth ei hyrwyddo gan ymgyrchoedd, marchnata drwy beiriannau chwilio a hefyd drwy safleoedd partner yn cynnwys VisitBritain. Maent yn cynnig cyfle am ddim i nifer fawr o ddarparwyr cynnyrch a llety unigol yng Nghymru hyrwyddo eu hunain i gynulleidfa fyd-eang. Mae gwefan www.visitwales.com yn cynnwys gwybodaeth a dolenni uniongyrchol i'r amrywiaeth eang o gynnyrch twristiaeth sydd ar gael yng Nghymru ac mae'n fan allweddol sy'n darparu gwybodaeth i ymwelwyr o dramor sy'n cynllunio ac yn trefnu taith i Gymru.

Ymgyrchoedd Marchnata Dramor

4.15 Mewn tiriogaethau dramor, mae Cymru bellach yn targedu buddsoddiad marchnata mewn nifer fach o farchnadoedd allweddol er mwyn adeiladu ar ein cryfderau presennol. Gwnaed y penderfyniad ar ôl cynnal dadansoddiad o farchnadoedd ledled y byd ar sail cryfder presennol, yn ogystal â photensial ar gyfer twf.

4.16 Ymysg y ffactorau marchnad a ystyriwyd mae gwerth, lledaeniad tymhorol, arenillion, potensial i greu busnes mynych, addasrwydd y cynnyrch, hygyrchedd, dwyster y gystadleuaeth, costau treiddio i'r farchnad, ymwybyddiaeth defnyddwyr o Gymru yn gyffredinol, rhagolygon economaidd a dylanwadau gwleidyddol.

4.17 Mae Llywodraeth Cymru bellach yn canolbwyntio ar Iwerddon, yr Almaen ac UDA gyda rhywfaint o fasnach teithio a gweithgarwch cysylltiadau cyhoeddus yn mynd rhagddynt mewn marchnadoedd Ewropeaidd eraill. Mae Llywodraeth Cymru hefyd yn gweithio gyda VisitBritain i sicrhau gweithgarwch cysylltiadau cyhoeddus, ymgyrchoedd a masnach teithio pellach yn y marchnadoedd allweddol hyn ac mae'n manteisio ar unrhyw gyfleoedd sylweddol sy'n codi y tu hwnt i'r rhanbarthau hyn. Er enghraifft, mae cyfres o ymgyrchoedd tactegol wedi'u cynnal mewn marchnadoedd rhyngwladol ehangach yn cynnwys

gweithgarwch i fanteisio ar waith datblygu llwybrau newydd a wneir gan Faes Awyr Cymru Caerdydd. Mae secondai o'r tîm Twristiaeth a Marchnata bellach yn gweithio yn VisitBritain er mwyn cefnogi cydweithrediad agosach.

Ymgyrchoedd Defnyddwyr

4.18 Caiff ymgyrch fawr i dargedu'r farchnad yn yr Almaen ei lansio ar ddechrau 2015. Mae'r tîm ymgyrchoedd wrthi'n trafod gyda nifer o bartneriaid posibl yn cynnwys DFDS Seaways, KLM Germany, P&O Ferries a Dertour mewn perthynas â gweithgarwch ar y cyd. Maent hefyd yn gweithio gydag asiantaeth cyfryngau er mwyn nodi cyfleoedd ar gyfer gweithgarwch ymgyrchoedd cyrchfannau Cymru. Caiff cynlluniau ar gyfer yr ymgyrch eu datblygu dros y misoedd nesaf a chaiff yr ymgyrch ei lansio ar ddechrau mis Ionawr 2015 gyda chefnogaeth y wefan newydd.

Cysylltiadau Cyhoeddus a'r Cyfryngau

4.19 Mae Llywodraeth Cymru yn cynnal rhaglen flynyddol o weithgarwch Cysylltiadau Cyhoeddus a'r Cyfryngau gyda'r nod o wella'r sylw a roddir i Gymru yn y cyfryngau mewn marchnadoedd â blaenoriaeth er mwyn gwella ei enw da fel cyrchfan ddeniadol i dwristiaid sy'n ymweld. Er bod ein dull gweithredu presennol yn cyflawni canlyniadau, mae'r newid i farchnata digidol a thrwy gyfryngau cymdeithasol wedi ein hannog i ailystyried ein dulliau cysylltiadau cyhoeddus er mwyn sicrhau ein bod yn manteisio hyd yn oed yn fwy ar gyfleoedd newydd.

4.20 Mae'r rhaglen hon yn cynnwys prosesau rhagweithiol i dargedu cyfryngau allweddol yn y marchnadoedd rhyngwladol â blaenoriaeth a meithrin y cydberthnasau hyn drwy drefnu ymweliadau i'r wasg ac i flogwyr; a chyflwyno newyddion a gwybodaeth reolaidd i ddarparwyr cyfryngau teithio, ffordd o fyw a chymdeithasol er mwyn sicrhau bod Cymru'n cael sylw cadarnhaol.

4.21 Cynhaliodd timau Cysylltiadau Cyhoeddus a'r Cyfryngau 300 o ymweliadau cyfryngau yn 2013 gyda theithiau pwrpasol ar gyfer newyddiadurwyr, criwiau ffilmio a newyddiadurwyr radio o amgylch Cymru. Denodd y rhaglen werth hysbysebu cyfwerth â £35m (y swm y byddai wedi'i gostio i dalu am yr hysbysebion hyn).

4.22 Mae'r tîm Cysylltiadau Cyhoeddus hefyd yn cydweithio'n agos â VisitBritain a thîm Prif Weinidog Cymru mewn perthynas â chenadaethau marchnata a masnach dramor er mwyn darparu gwybodaeth farchnata berthnasol am Gymru i greu straeon teithio a ffordd o fyw cadarnhaol ar gyfer Cymru fel cyrchfan i dwristiaid.

Masnach Teithio

4.23 Ail-lansiwyd y gweithgarwch masnach teithio yn 2013 drwy ddau weithdy diwydiant a gynhaliwyd ar y cyd â VisitBritain ynghyd â sesiynau a chyswllt unigol. Darparwyd rhaglen masnach teithio well, yn cynnwys amrywiaeth o lwyfannau ar gyfer datblygu busnes.

4.24 Mae Llywodraeth Cymru yn arddangos ym Marchnad Teithio'r Byd 2014, ITB Berlin a Best of Britain & Ireland 2015 - gan roi llwyfan i fwy na 30 o gyflenwyr o Gymru. Mae Llywodraeth Cymru hefyd yn mynychu cyfres o weithdai ar ffurf 'Cwrdd â'r Prynwr', ochr yn ochr â chyflenwyr o Gymru. Mae'r gweithdai'n cynnwys Explore GB, digwyddiad masnach teithio mawr newydd a drefnir gan VisitBritain gan ddenu mwy na 200 o weithredwyr twristiaeth o'u marchnadoedd allweddol ledled y byd. Byddwn hefyd yn trefnu apwyntiadau gyda phrynwyr masnach teithio drwy ein rhaglen digwyddiadau byd-eang yn cynnwys digwyddiad March Marketplace gan Gymdeithas Gweithredwyr Twristiaeth Ewrop (ETOA).

4.25 Hefyd, mae Llywodraeth Cymru yn noddi amrywiaeth o weithgareddau a digwyddiadau mewn digwyddiadau masnach teithio gan VisitBritain, UK Inbound ac ETOA er mwyn hyrwyddo brand Cymru a rhoi amlygrwydd i fusnesau twristiaeth yng Nghymru.

4.26 Mae cymorth grant yn cael ei roi drwy UKTI a chynllun Cymorth ar gyfer Ymweliadau Tramor i Ddatblygu Busnesau Twristiaeth Llywodraeth Cymru i fusnesau cymwys i'w galluogi i fynychu digwyddiadau masnach teithio dramor.

4.27 Mae teithiau ymgyfarwyddo yn cael eu trefnu yn ystod blwyddyn ariannol 2014/15 i weithredwyr twristiaeth allweddol a chwmnïau teithio a ystyrir yn rhai sy'n cynnig y 'siawns orau' ar gyfer sicrhau busnes pellach. Ymysg y teithiau mwyaf nodedig ers mis Ebrill 2014 mae teithiau a drefnwyd i gwmnïau teithiau ac arweinwyr grwpiau o Ogledd America mewn cydweithrediad â CIE Tours, Tenon Tours a DH Tours; gweithredwyr o Japan (JTB World Vacations a Miki Travel) yn dilyn y Cinio i Weithredwyr o Japan a gynhaliwyd gan Lywodraeth Cymru; a gweithredwyr o Tsieina sef CITS a Caissa. Ym mis Chwefror/Mawrth 2015 byddwn yn croesawu grwpiau o weithredwyr twristiaeth o farchnadoedd â blaenoriaeth - U.D.A a'r Almaen yn ogystal â'r Iseldiroedd a Rwsia.

4.28 Mae cyfleuster hyfforddiant cyrchfannau ar-lein byd-eang newydd Cymru wedi'i lansio sy'n cynnwys modiwl yn benodol ar Gymru ar raglen hyfforddiant ar-lein BritAgent VisitBritain, sydd ar gael ar draws 30 o farchnadoedd mewn mwy na 10 iaith er mwyn i'r fasnach teithio ddysgu am Gymru a sut i'w gwerthu i'w chleientiaid.

4.29 Mae gwefan masnach teithio busnes i fusnes Cymru wedi cael 23,030 o ymwelwyr unigol yn 2014 ac mae ein rhaglen e-gylchlythyr i'n cronfa ddata cyswllt masnach teithio byd-eang yn cyflawni cyfradd clicio i agor gyfartalog o 39%.

5. Cyfalaf a Chymorth Busnes

5.1 O ran gwaith datblygu cyfalaf, rydym wedi cysoni buddsoddiad a gwaith partneriaeth yn agosach â'r ffocws newydd ar gynnyrch a digwyddiadau eiconig, o ansawdd uchel, sy'n gwella enw da

5.2 Yn 2013/2014 cynorthwyodd y Cynllun Cymorth Buddsoddi mewn Twristiaeth (TISS) 34 o fusnesau gydag ychydig dros £2 filiwn o gymorth ariannol. Yn erbyn gwariant TISS yn ystod yr un flwyddyn, crëwyd tua 119 o swyddi a chafodd 98 eu diogelu (cyfanswm o 217). Denodd y cymorth hwn fuddsoddiad o £8.68m i gyd.

5.3 Yn unol â'r strategaeth, darparwyd cymorth ychwanegol o gronfeydd canolog Adran yr Amgylchedd, Gwyddoniaeth a Thrafnidiaeth ar gyfer cynnyrch arloesol yr ydym yn hyderus y bydd yn gwneud ymweliad i Gymru hyd yn oed yn fwy atyniadol i ymwelwyr. Er enghraifft, mae Zip World a Bounce Below yng Ngheudyllau Llechwedd, Blaenau Ffestiniog a Surf Snowdonia (Dolgarrog), yn brosiectau proffil uchel ac effaith uchel sydd eisoes yn denu llawer o sylw.

5.4 Mae sawl prosiect pwysig arall sydd ar y gweill yn cael eu trafod sy'n ategu Strategaeth Twristiaeth Cymru 'Partneriaeth ar gyfer Twf' yn cynnwys datblygu gwesty a spa, ac atyniadau ar gyfer pob adeg o'r flwyddyn a phob tywydd.

Cymorth a Graddio Ansawdd a Hyrwyddo Busnes Twristiaeth

5.5 Un o flaenoriaethau'r Strategaeth Twristiaeth Partneriaeth ar gyfer Twf yw gwella ansawdd y cynnyrch twristiaeth yng Nghymru. Un o'r ffyrdd mwyaf effeithiol o wneud hyn yw drwy gynllun graddio sicrwydd ansawdd. Bydd Cynghorwyr Ansawdd Llywodraeth Cymru yn parhau i roi cyngor i fusnesau ar sut y gallant wella eu gradd ac i gyfeirio'r busnes at y Cynllun Cymorth Buddsoddi mewn Twristiaeth sy'n rhoi grantiau ar gyfer gwneud gwelliannau er mwyn cyflawni gradd uwch. Mae'r cynllun sicrwydd ansawdd yn galluogi busnesau i gynnal a gwella safonau yn unol ag anghenion a disgwyliadau newidiol defnyddwyr.

5.6 Yn dilyn y newid diweddar i'r strwythur ymgysylltu rhanbarthol, mae'r Cynghorwyr Ansawdd bellach yn chwarae rôl allweddol fel estyniad i'r tîm rhanbarthol. Yn ogystal â'u rôl graddio, gallant hefyd roi cyngor i'r busnes a chyfeirio at lu o wasanaethau/arbenigwyr er mwyn annog ac ysgogi gwelliannau o ran twf ac ansawdd.

Cyllid yr UE

5.7 Mae Llywodraeth Cymru wedi bod yn gweithio gyda phartneriaid er mwyn goruchwyllo'r gwaith o gyflawni nifer o brosiectau a ariennir gan yr UE o dan y Rhaglen Amgylchedd ar gyfer Twf. Mae'r rhaglen yn werth tua £35miliwn ac mae wedi cyflwyno saith canolfan ragoriaeth twristiaeth drwy'r prosiect twristiaeth arfordirol a'r prosiect twristiaeth cynaliadwy. Yn ddiweddar, mae'r prosiectau hyn wedi darparu nifer o gynhyrchion twristiaeth eiconig newydd sydd eisoes yn helpu i godi proffil Cymru fel cyrchfan gwyliau a'r canfyddiad a geir ohoni. Ymhlith y datblygiadau hyn mae:

- Canolfan groeso newydd yn Aberdaron o'r enw Porth y Swnt; Parc Beicio Gethin;
- Canolfan Beicio Mynydd ryngwladol newydd ym Merthyr Tudful;
- canolfan chwaraeon dŵr arfordirol newydd yn Saundersfoot;
- marina newydd ym Mhorthcawl.

5.8 Mae'r UE wedi cydnabod rhaglen Fframwaith Busnes Twristiaeth Ddigidol (DTBF) fel un o ddim ond 20 o Achosion o Arfer Arloesol a Da sy'n gwella Natur Gystadleuol

Twristiaeth yn yr UE. Mae elfen Gwasanaeth Diagnostig TGCh y DTBF wedi'i darparu i 738 o fusnesau twristiaeth.

5.9 Mae gwefan Sharewales, a ddatblygwyd ddwy flynedd yn ôl er mwyn cynorthwyo busnesau twristiaeth i ymgysylltu'n well mewn technolegau digidol wedi cael 19,442 o sesiynau ymweld. Caiff y safle ei phrif ffrydio drwy symud i'r Parth Twristiaeth ar wefan cymorth busnes ehangach Llywodraeth Cymru.

5.10 Mae'r ymrwymiad ariannol i ddatblygu Prosiectau Arloesol bellach yn werth £3.1 miliwn. Erbyn diwedd y rhaglen ar 31 Rhagfyr 2014 bydd dros 40 o sefydliadau gwahanol wedi cael cymorth i ddatblygu amrywiaeth o gynnyrch digidol sy'n gysylltiedig â thwristiaeth e.e. llwybrau digidol o amgylch Talacharn, yn ystod blwyddyn Canmlwyddiant Dylan Thomas; a thaith ddigidol realiti estynedig gyffrous o amgylch Llandudno, sy'n dod â chysylltiad y dref â straeon Alice in Wonderland Lewis Carroll yn fyw.

5.11 Mae Llywodraeth Cymru wrthi'n datblygu dau gynnig i gronfa strwythurol yr UE (2014-2020) a fydd yn helpu i gyflawni uchelgeisiau'r strategaeth twristiaeth. Mae'r cynigion yn canolbwyntio ar sicrhau cyllid er mwyn i'r sector preifat barhau i ddarparu cynhyrchion twristiaeth strategol newydd a gwell, a chyllid i gyflawni nifer fach o brosiectau seilwaith twristiaeth a all gyflawni cynhyrchion sy'n newid canfyddiadau.

6. Sgiliau Twristiaeth

6.1 Mae datblygu pobl yn nod strategol allweddol, ynghyd â gwella proffidioldeb y diwydiant. Mae hyn yn cynnwys gweithio mewn partneriaeth â rhanddeiliaid er mwyn ehangu'r tymor a chefnogi arenillion uwch fel bod cyflogau'n gwella dros amser.

6.2 Gan fod gan yr Adran Addysg a Sgiliau y cylch gwaith a'r gyllideb i gynnig hyfforddiant yn y diwydiant twristiaeth, mae'n hanfodol bod Adran yr Economi, Gwyddoniaeth a Thrafnidiaeth yn cydweithio'n agos â hi - a'r sector addysg a hyfforddiant - er mwyn sicrhau bod y strwythurau hyfforddiant a chymwysterau cywir ar waith i ddatblygu perfformiad y sector a chyflawni'r uchelgeisiau yn y Strategaeth Twristiaeth.

6.3 Cyfarfu'r Dirprwy Weinidog Sgiliau â'r Bwrdd Cynghori Twristiaeth ym mis Mehefin 2014 a chyflwyno ei gynllun newydd ar gyfer sgiliau a gyhoeddwyd ym mis Gorffennaf 2014. Bydd Croeso Cymru yn cydweithio'n agos â'r Adran Addysg a Sgiliau er mwyn cefnogi'r broses o roi'r cynllun ar waith yn effeithiol yn y sector Twristiaeth.

6.4 Bydd camau gweithredu allweddol ar sgiliau yn arwain at ddatblygu fframwaith sgiliau sy'n seiliedig ar dystiolaeth er mwyn mynd i'r afael â'r heriau o wasanaethu marchnadoedd newydd yn llwyddiannus yn y dyfodol a datblygu cyfleoedd cyflogaeth mwy clodfawr â chyflogau uchel. Gwahoddwyd cynrychiolwyr allweddol o'r diwydiant i weithdy i fod yn rhan o'r broses o benderfynu sut i ddatblygu'r cynllun gweithredu.

6.5 Ymysg camau eraill mae datblygu rhwydweithiau rhagoriaeth er mwyn cynnig cyfleoedd datblygu sgiliau amrywiol; treialon pellach a hyrwyddo'r defnydd o gymwysterau

yn y sector awyr agored a gwella'r ddarpariaeth o gymorth uniongyrchol i fusnesau drwy ddadansoddi anghenion sgiliau busnesau unigol a chynnig atebion mwy integredig.

6.6 Bydd Llywodraeth Cymru a phartneriaid twristiaeth yn arddangos yn nigwyddiadau gyrfaoedd Sgiliau Cymru am y tro cyntaf eleni, ac maent wedi bod yn ystyried y posibilrwydd o ddatblygu ysgolion lletygarwch - dan arweiniad y sector preifat - er mwyn helpu i fynd i'r afael â materion hyfforddi, cymwysterau a safonau a fydd yn dyrchafu twristiaeth fel gyrfa ac yn sicrhau datblygiad gyrfa.

7. Prif Ddigwyddiadau

7.1 Ers i Lywodraeth Cymru lansio'r strategaeth prif ddigwyddiadau yn 2010 rydym wedi cymryd camau breision i wella safle Cymru yn y diwydiant digwyddiadau byd-eang. Drwy gydweithio â phartneriaid ledled Cymru a'r DU, rydym wedi meithrin cydberthnasau cryf ac effeithiol â pherchenogion digwyddiadau rhyngwladol, gan ennill eu hymddiriedaeth a'u hyder yng ngallu Cymru i gynnal digwyddiadau.

7.2 Fel rhan o amodau'r arian grant, mae'n ofynnol i bob digwyddiad gynnal asesiad o effaith. Amcangyfrifir bod y rhaglen o 39 o brif ddigwyddiadau chwaraeon a digwyddiadau diwylliannol a gefnogwyd gan Lywodraeth Cymru yn 2013/14 wedi creu effaith economaidd uniongyrchol o £61 miliwn.

Digwyddiadau yng Nghymru 2013 a 2014

7.3 Yn 2013, cynhaliwyd gŵyl WOMEX, digwyddiad proffesiynol mwya'r byd ar gyfer cerddoriaeth werin, 'roots', ethnig a thraddodiadol, yng Nghymru am y tro cyntaf; a chynhaliwyd y digwyddiad World Stage Design, arddangosfa o gynllun perfformiad rhyngwladol, o'r diwydiannau opera, theatr a dawnys byd-eang, am y tro cyntaf yng Nghymru, ac yn wir, yn Ewrop. Cynhaliwyd Pencampwriaethau Rali Prydain Fawr yng Nghymru unwaith eto, gan ei symud yn llwyddiannus o'r de i'r gogledd; ynghyd â Chyfes Plymio oddi ar Glogwyni Red Bull a ddenodd gystadleuwyr a gwylwyr o bob cwr o'r byd. Hefyd, ar y cyd (â Lloegr), gwnaethom gynnal Cwpan y Byd Rygbi'r Gynghrair, a chynhaliwyd y seremoni agoriadol yn Stadiwm y Mileniwm.

7.4 Ymysg yr uchafbwyntiau eraill o blith y 39 o ddigwyddiadau a gefnogwyd gan MEU yn 2013 cafwyd cymysgedd cyfartal o ddigwyddiadau cerddorol/diwylliannol fel Wakestock (Gwynedd), Gŵyl Rhif 6, (Gwynedd - enillydd Gwobr Gŵyl Newydd Orau NME 2013), Sŵn (Caerdydd - Gŵyl Newydd Orau NME 2014) a Gwyliau'r Dyn Gwyrdd; a digwyddiadau chwaraeon yn cynnwys Triathlon Dyn Haearn (Sir Benfro), un cam a hanner o ras feiciau Tour of Britain (y gogledd a'r canolbarth); ac un o gamau Cyfes Hwyllo Eithafol y Byd (Bae Caerdydd).

7.5 Yn 2014, mae Llywodraeth Cymru, mewn partneriaeth â Chyngor Celfyddydau Cymru a phartneriaid awdurdodau lleol, yn arwain gŵyl blwyddyn o hyd i ddathlu canmlwyddiant geni Dylan Thomas.

7.6 Hefyd, cynhaliwyd y Bencampwriaeth Agored i Olffwyr Hÿn yn Royal Porthcawl - y tro cyntaf i un o'r prif gystadlaethau golffio gael ei chynnal yng Nghymru; gemau terfynol Cwpan Amlin a Chwpan Heineken; gêm derfynol Supercup UEFA; a Phencampwriaeth Ewropeaidd Athletau'r Pwyllgor Paralympaidd Rhyngwladol ym Mhrifysgol Abertawe.

Digwyddiadau/Prosiectau yn y Dyfodol

7.7 Gan edrych ymlaen at 2015, bydd Clwb Criced Morgannwg yn dyrchafu ei safle ymysg prif leoliadau criced rhyngwladol y byd ymhellach drwy gynnal y gêm gyntaf yng nghyfres y Lludw; a bydd Stadiwm y Mileniwm yn cynnal wyth o gemau Cwpan Rygbi'r Byd, yn cynnwys dwy gêm gogynderfynol.

7.8 Gwnaethom lwyddo hefyd i ennill cynigion i gynnal Pencampwriaeth Hanner Marathon y Byd 2016, o ganlyniad i Hanner Marathon Caerdydd, a gynhelir yn llwyddiannus bob blwyddyn; a cham torri siwrnai Ras Volvo Ocean yn 2018 - y tro cyntaf i'r brif ras hwylio hon o amgylch y byd ddychwelyd i'r DU mewn dros ddegawd a'r tro cyntaf erioed iddi ddod i Gymru. Ym mis Ebrill, lansiodd Cymru ei chynnig i gynnal pencampwriaethau pêl-droed Euro 2020 ar y cyd. Bydd UEFA yn cyhoeddi ei benderfyniad ar 19 Medi.

7.9 Rydym hefyd yn parhau i gefnogi portffolio bywiog o ddigwyddiadau celfyddydol a diwylliannol yn cynnwys Gŵyl Gomedï Machynlleth, Gŵyl Adrodd Straeon Beyond the Border, Gwobr Gŵyl Iris; Gŵyl y Gelli a Gŵyl Rhif 6.

8. NATO

8.1 Mae Uwchgynhadledd NATO Cymru 2014 a fu'n llwyddiant mawr wedi creu llwyfan ehangach ar gyfer atgyfnerthu proffil Cymru yn fyd-eang. Manteisiodd Llywodraeth Cymru'n llawn ar gyfleoedd cyn ac yn ystod yr uwchgynhadledd. Gellid dadlau mai un o uchafbwyntiau'r uwchgynhadledd, o ran hyrwyddo Cymru, oedd sylwadau Arlywydd Barack Obama pan ddywedodd y byddai'n annog pobl yn yr Unol Daleithiau i ymweld â Chymru. Canmolodd yr "extraordinary beauty, wonderful people and great hospitality".

8.2 Ar ôl yr uwchgynhadledd, bydd Llywodraeth Cymru yn defnyddio hyn, yr amlygrwydd ehangach a grëwyd gan yr uwchgynhadledd a'r cydberthnasau a ddatblygwyd i ddangos Cymru fel cenedl hyderus, galluog a chreadigol; ac fel lleoliad o'r radd flaenaf ar gyfer busnes, buddsoddiad a thwristiaeth.

8.3 Cyn yr uwchgynhadledd bu Llywodraeth Cymru'n cydweithio â Swyddfa Dramor a Chymanwlad Llywodraeth EM a VisitBritain drwy ei hymgyrch farchnata GREAT a phartneriaid cysylltiedig er mwyn gwella safle Cymru mewn gweithgarwch marchnata a brandio GREAT a'r modd y caiff ei hyrwyddo.

8.4 Gwnaethom hefyd lunio negeseuon a deunyddiau brand nodedig er mwyn hyrwyddo Cymru fel cyrchfan busnes a thwristiaeth yn ei rhinwedd ei hun yn yr Uwchgynhadledd a'r ardal gyfagos. Gellid gweld "Gwnaed yng Nghymru" mewn lleoliadau allweddol fel gorsafoedd rheilffordd Casnewydd a Chaerdydd yn ogystal â phentref NATO ym maes awyr Caerdydd. Defnyddiwyd hyn ynghyd â brandio Ymgyrch GREAT lle roedd hynny'n briodol a

deunyddiau marchnata newydd yn cynnwys dwy ffilm a chyfres o gardiau post i'r holl gynadleddwyr.

8.5 Gan weithio gyda gwestywr, gosodwyd amrywiaeth o ddeunyddiau yng ngwestai cynadleddwyr NATO er mwyn hyrwyddo Cymru fel lle o'r radd flaenaf ar gyfer busnes, buddsoddiad a thwristiaeth a chynigiwyd cynllun hyfforddi staff "cynllun croeso" i westai ledled y de a oedd yn croesawu dirprwyon oedd yn gysylltiedig â NATO, y cyfryngau ac ati.

8.6 Yn ei ddatganiad ysgrifenedig ar 5 Medi 2014, ymrwymodd Prif Weinidog Cymru i gyhoeddi adroddiad ar yr hyn y buddsoddodd Llywodraeth Cymru ynddo mewn cysylltiad ag Uwchgynhadledd NATO Cymru ac arwydd o'r buddiannau i economi Cymru. Caiff yr adroddiad hwnnw ei gyhoeddi maes o law ond ymysg rhai o'r gweithgareddau a gynhaliwyd roedd y canlynol:

- Gweithio gydag FCO Berlin i drefnu ymweliad y wasg i Newyddiadurwyr Almaenig o'r prif bapurau newydd. Roedd yr ymweliad yn cynnwys teithiau i Dŷ Cwch Dylan Thomas a Welsh Whiskey, a gafodd sylw cadarnhaol.
- Ymweliad cysylltiadau cyhoeddus o amgylch sectorau busnes eraill a oedd yn uniongyrchol gysylltiedig â'r uwchgynhadledd fel awyrofod ac amddiffyn. Mae rhywfaint o sylw cadarnhaol eisoes wedi deillio o'r ymweliad hwn.
- Buom yn gweithio mewn partneriaeth â'r FCO a Swyddfa Cymru i gynnal digwyddiad yn ystafell Locarno yn Llundain. Roedd y digwyddiad yn gyfle i godi proffil Cymru gan ddefnyddio'r wythnos cyn yr uwchgynhadledd. Daeth y digwyddiad â buddsoddwyr presennol a darpar fuddsoddwyr, alltudion a newyddiadurwyr ynghyd. Defnyddiwyd hysbysebion brand GREAT a oedd yn cynnwys negeseuon am Gymru yn ystod y digwyddiad, gan ddangos cryfderau Cymru ar draws amrywiaeth o sectorau.
- Cafodd gwybodaeth am gyrchfannau yng Nghymru ei chynnwys ar 'drop box' NATO Cymru 2014 gan sicrhau mynediad hawdd i amrywiaeth o gynnwys parod yn ymwneud â thwristiaeth, busnes a bwyd.

8.7 Yn y dyfodol, caiff cyfleoedd i ddefnyddio llwyddiant yr uwchgynhadledd er mwyn ennyn diddordeb pellach o ran cysylltiadau cyhoeddus yng Nghymru fel cyrchfan busnes, twristiaeth a hamdden eu datblygu yn ein marchnadoedd allweddol yn yr Almaen ac UDA.

9. Gwaith Rhanbarthol

9.1 Cyhoeddwyd yn gynharach eleni y bydd Llywodraeth Cymru yn rhoi'r gorau i roi arian i'r pedair Partneriaeth Twristiaeth Ranbarthol ar ôl mis Medi 2014.

9.2 Daeth y penderfyniad hwn yn sgil proses ymgynghori â busnesau a rhanddeiliaid twristiaeth yng Nghymru ar y cymorth a roddir i'r rhanbarthau yn y dyfodol. Canlyniad hyn

oedd galw am gydb berthnasau gwaith uniongyrchol agosach â Llywodraeth Cymru a strwythurau cymorth twristiaeth llai cymhleth.

9.3 Mewn ymateb i hyn, sefydlwyd Tîm Ymgysylltu Rhanbarthol yn Adran yr Economi, Gwyddoniaeth a Thrafnidiaeth. Mae'r swyddogion rhanbarthol wedi'u lleoli yn swyddfeydd y Llywodraeth yn Aberystwyth, Cyffordd Llandudno, Ystad Trefforest a Phenllergaer.

9.4 Mae'r ymgysylltiad rhanbarthol â'r diwydiant yn gweithredu ar dair lefel:

- Yn lleol, mae gan bob rhanbarth ddau swyddog o fewn Adran yr Economi, Gwyddoniaeth a Thrafnidiaeth sy'n gyfrifol am weithio gyda busnesau; awdurdodau lleol; partneriaethau cyrchfannau a chymdeithasau masnach ar sail unigol.
- Yn rhanbarthol, caiff Fforwm anffurfiol ei sefydlu ar gyfer pob un o'r pedwar rhanbarth. Bydd y Fforwm hwn yn cymryd golwg strategol ehangach ar y rhanbarth a bydd yn cynnwys cynrychiolaeth o'r sector cyhoeddus a'r sector preifat.
- Yn genedlaethol, caiff cynrychiolydd o bob rhanbarth ei benodi ar Fwrdd Cynghori Twristiaeth Llywodraeth Cymru.

9.5 Mae cyllideb wedi'i phennu ar gyfer pob rhanbarth er mwyn darparu amrywiaeth o weithgareddau o gysylltiadau cyhoeddus i ddatblygu cynnyrch. Gwneir y gwaith hwn gan amrywiaeth o contractwyr unigol, cymdeithasau twristiaeth a chyrrff sectoraidd, yn ôl yr hyn sy'n berthnasol i bob rhanbarth.

10. VisitBritain

10.1 Rydym yn cydweithio'n agos â VisitBritain ac rydym newydd recriwtio cynrychiolydd i weithio ar ran Llywodraeth Cymru fel rhan o dîm VisitBritain yn Llundain. Bydd yr unigolyn hwn yn darparu arweinyddiaeth strategol ar brosiectau, gan sicrhau dull cydgysylltiedig, gan fanteisio i'r eithaf ar gyfleoedd perthnasol i Gymru a rhoi cymorth uniongyrchol gyda chynnwys ac ymgyrchoedd yn ôl yr angen. Mae Cadeirydd Bwrdd Cynghori Twristiaeth y Gweinidog hefyd yn aelod o Fwrdd VisitBritain.

10.2 Rydym hefyd yn cyfrannu at ymgyrch GREAT Llywodraeth y DU o ran rhoi gwybodaeth am y cynnyrch a'r profiadau sydd gan Gymru i'w cynnig i ymwelwyr.

10.3 Rydym yn gweithio gyda VisitBritain i atgyfnerthu'r ffordd y mae'n cynrychioli Cymru dramor; ac i nodi rolau a thargedau clir VisitBritain ar gyfer Cymru o ran cysylltiadau cyhoeddus, cyrhaeddiad digidol ac arweinwyr ymgyrchoedd. Mae trafodaethau'n mynd rhagddynt gydag awdurdodau twristiaeth eraill yn y DU ynghylch sut y gall VisitBritain wella ei gymorth strategol i gyrchfannau yn y DU, yn cynnwys sefydlu targedau penodol yn y maes hwn.

10.4 Tynnwyd sylw at y mater hwn yn un o Bapurau Tystiolaeth diweddar Llywodraeth Cymru i'r Pwyllgor Materion Cymreig yn ystod ei ymchwiliad i ba mor dda y mae cyrrff yn y

DU yn hyrwyddo Cymru dramor. Rydym hefyd yn cyfrannu at Adolygiad Tair Blynedd presennol VisitBritain a Visit England.